

## COMUNICACIÓN: UNA NUEVA PERSPECTIVA.

De un artículo de José Miguel Sánchez.

Publicado en FOCUS del Observatorio Recursos Humanos, abril 2014.

- La empresa debe realizar formaciones y talleres en habilidades de coaching como herramienta conversacional para la mayor parte de los empleados, pero principalmente los jefes. Esto que parece obvio
- Generar espacios donde las personas se sientan escuchadas. La formación anterior permitirá que los mandos sean capaces de crear dichos espacios, puesto que la escucha es la habilidad clave de todo buen coach.
- La organización debe conocer los filtros que impiden que empleados, departamentos o unidades de negocio se comuniquen adecuadamente entre ellos. Estos filtros suelen estar relacionados con experiencias pasadas negativas y que han producido “nudos” de conflicto que hay que “desatar”. De nuevo se han de generar conversaciones que generen acciones.
- La empresa debe pedir a sus mandos la madurez suficiente como para ofrecer feedback honesto a sus equipos, donde se comunique lo positivo y negativo con el objetivo siempre de construir y mejorar.
- De igual modo, el entorno del que hablamos favorecerá que los empleados puedan ofrecer el mismo tipo de feedback hacia sus colegas o jefes cuando éste sea necesario, por razones de desarrollo de carrera o de evaluación de habilidades.
- Por último, aprovechar las vías no formales de comunicación para romper silos y espacios estancos entre diferentes grupos de personas. Situaciones donde las personas se puedan divertir, puedan mostrarse relajadas o consigan disfrutar con sus compañeros, ofrecerán ocasiones para que la comunicación fluya. La pausa para el café, una comida semanal o eventos de celebración de éxitos son situaciones que también sacan a las personas de su rutina habitual y permiten que se traslade información relevante de manera más directa. En definitiva, una organización que se comunica bien es aquella en la que todo ha sido creado para que no haya barreras. Igual que los espacios físicos abiertos que se utilizan en muchas compañías, la comunicación no ha de tener paredes ni barreras para que llegue a otras personas de manera eficaz y eficiente.